

Andrzej Rapacz

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

ODDZIAŁYWANIE JEDNOSTEK SAMORZĄDU LOKALNEGO NA ROZWÓJ TURYSTYKI W POWIECIE JELENIOGÓRSKIM

Streszczenie: Pobudzanie rozwoju sektora turystycznego na poziomie lokalnym jest zadaniem złożonym. Polega na oddziaływaniu na rynek turystyczny, jego sferę popytu i podaży. W tym celu wykorzystywane są narzędzia zarządzania, które obejmują instrumenty planistyczne, organizacyjno-instytucjonalne, ekonomiczno-finansowe oraz pobudzania rozwoju infrastruktury. W opracowaniu podjęto próbę przedstawienia najważniejszych narzędzi zarządzania, a następnie oceny ich wykorzystania do oddziaływania przez władze samorządowe na kształtowanie podaży i popytu turystycznego.

Słowa kluczowe: turystyka, samorząd lokalny, narzędzia zarządzania.

1. Wstęp

Turystyka jako złożone zjawisko społeczne, ekonomiczne i przestrzenne wpływa na różne sfery funkcjonowania obszarów recepcji, tj. miejscowości i regionów turystycznych. Stopień oddziaływania zależy przede wszystkim od funkcji, jakie spełnia turystyka w rozwoju społeczno-gospodarczym tych obszarów. To z kolei zdeterminowane jest atrakcyjnością walorów turystycznych, wyposażeniem obszarów recepcji w elementy infrastruktury paraturystycznej i turystycznej oraz ich dostępnością dla turystów. Realizacja na poziomie lokalnym polityki turystycznej przez jednostki samorządu terytorialnego oznacza wykorzystywanie przez władze lokalne instrumentów zarządzania turystyką, których celem jest kształtowanie rozwoju rynku turystycznego, jego sfery popytu i podaży. Ze względu na to, że jednostki samorządu lokalnego zarządzają obszarami o różnym natężeniu i dynamice zmian związanych m.in. z rozwojem funkcji turystycznej, przejawiają większą lub mniejszą aktywność w oddziaływaniu na rynek turystyczny. Ich aktywność powinna dotyczyć m.in. rozwiązania problemów wynikających z rosnącego natężenia ruchu turystycznego, ochrony walorów przyrodniczych, troski o stan zabytków, pobudzania przedsiębiorstw turystycznych do tworzenia atrakcyjnych ofert w turystyce, promocji obszarów recepcji, generowania korzyści dla turystów i mieszkańców. Złożoność tej problematyki wymaga szerokiego spojrzenia na problematykę funkcjonowania

turystyki i gospodarki turystycznej w odniesieniu do obszarów recepcji. Z drugiej strony ograniczone ramy publikacji zmuszają do wyboru tylko niektórych zagadnień związanych z tą tematyką.

W opracowaniu pragniemy zwrócić uwagę na wykorzystanie przez gminy powiatu jeleniogórskiego niektórych instrumentów oddziaływania na rozwój turystyki. U podstaw realizacji tego celu tkwi założenie, że sposób oddziaływania władz lokalnych na ten rozwój i zakres wykorzystywanych instrumentów uzależniony jest od poziomu natężenia funkcji turystycznej w badanych gminach. Powinno to mieć swoje odzwierciedlenie m.in. w opracowanych w tych gminach i wdrażanych strategiach rozwoju. Zgromadzone na potrzeby opracowania informacje oraz wyniki badań ankietowych, którymi objęto m.in. przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego i turystów, pozwolą na udzielenie odpowiedzi na pytanie, czy i w jaki sposób władze samorządowe wykorzystują będące w ich dyspozycji instrumenty oddziaływania na turystykę i rynek turystyczny¹.

2. Ogólna charakterystyka powiatu jeleniogórskiego

Powiat jeleniogórski położony jest w południowo-zachodniej części województwa dolnośląskiego. Obejmuje obszar o powierzchni 628,2 km², a tworzą go 4 gminy miejskie (Karpacz, Kowary, Szklarska Poręba i Piechowice) oraz 5 gmin wiejskich (Janowice Wielkie, Jeżów Sudecki, Mysłakowice, Podgórzyn i Stara Kamienica) [Internet 1]. Prawie 100% jego powierzchni zajmują tereny górskie i podgórskie, ponieważ obszar ten położony jest w Sudetach Zachodnich – zajmując Kotlinę Jeleniogórską oraz otaczając ją góry, tj. północną część Karkonoszy ze Śnieżką (liczącą 1603 m n.p.m.), południowe zbocza Gór Kaczawskich, wschodnią część Gór Izerskich oraz zachodnią część Rudaw Janowickich (z najwyższym Skalnikiem – 935 m n.p.m.).

Występujące w północno-zachodniej i wschodniej części powiatu walory przyrodnicze i krajobrazowe objęte są ochroną w dwóch parkach krajobrazowych (Parku Krajobrazowym Doliny Bobru i w Rudawskim Parku Krajobrazowym) oraz Karkonoskim Parku Narodowym. Do najważniejszych miejscowości wypoczynkowych w powiecie należą: Borowice, Miłków, Przesieka, Sosnówka i Zachełmie w gminie Podgórzyn, Karpacz, Kowary, Piechowice i Szklarska Poręba. Atrakcyjność powiatu w ostatnim okresie wzmocnił regionalny szlak turystyczny prowadzący po zabytkach architektury pałacowej i zamkowej w Kotlinie Jeleniogórskiej, tj. Dolina Pałaców i Ogrodów.

W powiecie jeleniogórskim występują dobre warunki do uprawiania m.in. turystyki narciarskiej. Służą temu cztery ośrodki narciarskie, a mianowicie: SkiArena Szrenica w Szklarskiej Porębie, Kompleks narciarski „Śnieżka” w Karpaczu, Mi-

¹ W artykule wykorzystane zostały informacje zawarte m.in. w pracy magisterskiej A. Jordan [2010].

krościanka Sportów Zimowych na Łysej Górze w Dziwiszowie oraz Ośrodek Narciarstwa Biegowego w Jakuszykach. Dla turystów preferujących piesze wędrówki najbardziej atrakcyjne są Szklarska Poręba, Karpacz i Podgórzyn, a dla miłośników jazdy na rowerze turystyczne trasy rowerowe w gminie Szklarska Poręba (331 km tras) i Stara Kamienica (145 km).

Atrakcyjność turystyczna gmin powiatu jeleniogórskiego ma swoje odzwierciedlenie m.in. w liczbie działających tutaj obiektów zbiorowego zakwaterowania, miejsc noclegowych i korzystających z noclegów (tab. 1).

Tabela 1. Turystyczne obiekty zbiorowego zakwaterowania w powiecie jeleniogórskim w latach 2006-2008

Wyszczególnienie	2006	2007	2008
Powiat jeleniogórski obiekty ^{a)}	295	286	295
miejsca noclegowe ^{a)}	15 459	14 878	15 921
korzystający z noclegów	401 202	400 810	418 541
Województwo dolnośląskie: obiekty ^{a)}	694	720	736
miejsca noclegowe ^{a)}	45 018	46 990	48 526
korzystający z noclegów	1 849 727	2 022 808	2 012 586

^{a)} stan w dniu 31.VII

Źródło: [Województwo dolnośląskie... 2007, 2008, 2009 (tab. 64, 62 i 63)].

Powiat jeleniogórski dysponuje ponad 40% ogółu obiektów zbiorowego zakwaterowania zlokalizowanych na terenie województwa dolnośląskiego oraz ponad 32% miejsc noclegowych w tych obiektach. Z miejsc tych korzysta ok. 20% wszystkich korzystających z tych obiektów w całym województwie. Dominującą pozycję wśród gmin powiatu jeleniogórskiego pod względem prezentowanych wskaźników zajmują gminy Karpacz i Szklarska Poręba. Dla gminy Karpacz wskaźniki te w 2008 r. przyjęły odpowiednio wartość 52,5, 47 i 45,5%, z kolei dla gminy Szklarska Poręba: 30, 29,7 i 30,8%. Można oczekiwać, że ze względu na dominującą w tych gminach funkcję turystyczną znajduje to odzwierciedlenie w działaniach władz samorządowych tych jednostek skierowanych na turystykę i rynek turystyczny.

3. Instrumenty zarządzania turystyką na poziomie lokalnym

Pobudzanie rozwoju turystyki na poziomie lokalnym (szczególnie na szczeblu gmin) jest zadaniem złożonym. Wyraża się ono w formułowaniu strategii rozwoju gmin, zawierających zadania dotyczące sektora turystyki, a także jej realizacji. Integralnym elementem strategii rozwoju są narzędzia zarządzania, których zadaniem jest stymulowanie zachowań uczestników rynku (w tym rynku turystycznego), ze szczególnym uwzględnieniem strony podażowej. Ważne w tym kontekście jest zrozumienie

nie istoty zjawiska turystyki i prawidłowości funkcjonowania rynku turystycznego, kompleksowości działań, umiejętność wykorzystania będących w dyspozycji władz samorządowych narzędzi zarządzania oraz praktyczna realizacja przyjętych w strategii celów i sformułowanych zadań.

W literaturze przedmiotu narzędzia oddziaływania władz lokalnych na podmioty gospodarcze dzieli się na bezpośrednie i pośrednie [Brol 1998, s. 14]. Ich wykorzystanie ma prowadzić do uzyskania pożądaných postaw i reakcji podmiotów gospodarczych, także tych prowadzących działalność w turystyce.

Ogół tych narzędzi można uporządkować w grupy obejmujące narzędzia działające po stronie dochodów i wydatków budżetowych oraz grupę narzędzi cenowych. Wśród narzędzi występujących po stronie dochodowej wymienić można podatki (np. od nieruchomości, rolny, leśny), opłaty lokalne (targowa, miejscowa i administracyjna) oraz kredyty i obligacje komunalne. Pobudzaniu aktywności podmiotów gospodarczych mogą służyć elementy konstrukcji wymienionych podatków, tj. stawki podatkowe, ulgi i zwolnienia oraz potrącenia i wyłączenia o charakterze podmiotowym i przedmiotowym [Rapacz 2006, s. 298].

Po stronie wydatków do instrumentów oddziaływania na podmioty gospodarcze na poziomie lokalnym można zaliczyć m.in.: dotacje, pożyczki oraz poręczenia, inwestycje w infrastrukturę techniczną i społeczną zachęcające do podejmowania działalności gospodarczej, szkolenia organizowane i finansowane przez samorząd lokalny, promocję gminy jako obszaru godnego podejmowania aktywności inwestycyjnej.

Z kolei wśród instrumentów cenowych wymienia się m.in.: wysokość opłat uiszczanych z tytułu dzierżawy i wynajmu gruntów oraz pomieszczeń stanowiących mienie komunalne, wynajem i dzierżawę mienia komunalnego oraz opłaty za użytkowanie wieczyste i zarząd mienia komunalnego.

Narzędzia wykorzystywane przez władze samorządowe (szczebla gminnego) w zakresie rozwoju turystyki mogą służyć przede wszystkim kształtowaniu podaży na rynku turystycznym (rozwojowi infrastruktury paraturystycznej i turystycznej, poprawie dostępności komunikacyjnej obszaru recepcji, rozszerzaniu oferty turystycznej, poprawie standardu świadczonych usług), natomiast w sferze oddziaływania na popyt – przede wszystkim promocji gminy, kształtowaniu jej wizerunku, a tym samym atrakcyjności dla potencjalnych turystów oraz przedsiębiorców (inwestorów). Ważne miejsce w realizacji tych zadań przypada strategii rozwoju gminy oraz strategii rozwoju turystyki (jeśli na poziomie gminy powstaje taki dokument planistyczny).

4. Narzędzia oddziaływania władz lokalnych na sferę popytu w turystyce

Punktem wyjścia oddziaływania na sferę popytu w turystyce na poziomie lokalnym powinna być dobra znajomość potrzeb i oczekiwań potencjalnych klientów. Istotne znaczenie w tym kontekście ma analiza nowych trendów rozwoju turystyki i umiejętność szybkiego dostosowania do nich oferty obszaru recepcji. Ważna jest wiedza o tym:

- ile osób przyjeżdża, co to są za osoby, jakie są cele ich podróży, jaki jest przeciętny czas pobytu na terenie gminy, ile pieniędzy wydają podczas swego pobytu,
- jakie są ich oczekiwania i potrzeby (por. [Gołębski 2010, s. 597]).

Pozwala ona na prawidłowe sformułowanie strategii promocji gminy jako elementu strategii jej rozwoju społeczno-gospodarczego z uwzględnieniem zadań dotyczących turystyki. Chodzi o przygotowanie i prowadzenie działań skierowanych na otoczenie, w tym szczególnie potencjalnych turystów.

Wszystkie gminy powiatu jeleniogórskiego mają opracowane albo strategie zrównoważonego rozwoju (gminy: Mysłakowice, Janowice Wielkie, Stara Kamienica, Kowary, Szklarska Poręba), albo plany rozwoju lokalnego (Piechowice, Podgórzyn, Karpacz i Jeźów Sudecki). Dokumenty te dotyczą najczęściej lat 2005-2015. Także powiat jeleniogórski ma strategię rozwoju zrównoważonego na lata 2006-2014. Wspomniane strategie i plany akcentują wyraźnie potrzebę działań promujących ten obszar wśród potencjalnych turystów. Wśród instrumentów promocji należy wymienić przede wszystkim: udział w targach i wystawach, organizację imprez służących promocji regionu, finansowanie materiałów promocyjnych (druk folderów, mapek, książek, kartek pocztowych, plakatów), współpracę z mediami (telewizją, stacjami radiowymi). Działania te wymagają znacznych nakładów finansowych, o czym informują dane w tab. 2.

Z budżetów poszczególnych gmin wydawane są środki na promocję (głównie druk materiałów promocyjnych) prowadzoną samodzielnie oraz środki (w formie dotacji) na wspólną promocję prowadzoną przez powiat jeleniogórski. W działaniach promocyjnych prowadzonych przez Starostwo Powiatu Jeleniogórskiego partycypują finansowo gminy: Mysłakowice, Janowice Wielkie, Stara Kamienica, Podgórzyn, Szklarska Poręba, natomiast pozostałe gminy tego powiatu (Piechowice, Karpacz, Jeźów Sudecki, a także Podgórzyn) przekazują środki na wspólną promocję prowadzoną przez Związek Gmin Karkonoskich. Należy także zwrócić uwagę, że gminy tego regionu opłacają składki członkowskie na rzecz Euroregionu Nysa, Związku Gmin Karkonoskich oraz Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej, podmiotów prowadzących wspólną promocję tego obszaru (i jego gmin) na targach turystycznych w kraju (Poznań) i za granicą (Berlin, Lipsk). Przynależność gmin tego powiatu do stowarzyszeń (np. Euroregionu Nysa i Związku Gmin Karkonoskich) stanowi podstawę ubiegania się o środki finansowe z Unii Europejskiej, zwłaszcza na działania promocyjne.

Tabela 2. Wydatki jednostek samorządu terytorialnego powiatu jeleniogórskiego na promocję oraz turystykę, kulturę fizyczną i sport w latach 2006-2008 (w zł)

Wyszczególnienie	2006	2007	2008
Wydatki powiatu jeleniogórskiego na:			
– promocję i finansowanie zadań związanych z turystyką (a)	266 458	228 856	152 077
– kulturę fizyczną i sport (b)	96 739	92 219	103 474
Wydatki poszczególnych gmin powiatu:			
Mysłakowice (a)	40 000	–	–
(b)	154 286	137 044	400 160
Piechowice (a)	15 020	18 752	18 747
(b)	16 952	53 222	190 903
Janowice Wielkie (a)	–	–	–
(b)	46 723	75 932	86 761
Stara Kamienica (a)	112 164	4 350	404 424
(b)	76 803	68 942	105 054
Kowary (a)	138 856	122 223	82 542
(b)	501 981	132 535	184 886
Podgórzyn (a)	19 715	25 289	51 379
(b)	118 944	1 104 077	173 802
Szklarska Poręba (a)	348 745	408 888	502 422
(b)	280 905	534 711	497 255
Karpacz (a)	–	–	66 425
(b)	854 934	499 110	27 278
Jeżów Sudecki (a)	–	–	–
(b)	240 370	90 000	120 000

Źródło: [Jordan 2010, s. 142 i 146].

Oceniając działania gmin powiatu jeleniogórskiego, należy zwrócić uwagę na dużą aktywność takich gmin, jak: Karpacz, Podgórzyn i Szklarska Poręba, przy zdecydowanie małej aktywności gmin: Janowice Wielkie i Jeżów Sudecki. Ma to swoje uzasadnienie w zróżnicowanej atrakcyjności poszczególnych gmin i zróżnicowanych korzyściach płynących z obsługi ruchu turystycznego. Nie sposób jednak nie zauważyć, iż przynależność gmin do stowarzyszeń (m.in. Związku Gmin Karkonoskich) zaowocowała realizacją ważnych projektów dotyczących promocji, a sfinansowanych ze środków UE („Rozwój i wspieranie transgranicznych struktur i współpracy sieciowej w ramach współpracy turystycznej w Karkonoszach”, „Karkonosze – kultura trzech narodów atrakcją regionu”)².

Poza wydatkami na promocję, które mają służyć kształtowaniu pozytywnego wizerunku gmin tego powiatu (i są przejawem oddziaływania na sferę popytową rynku turystycznego), w budżetach tych jednostek wydatkowane są również środki na za-

² *Turystyka w powiecie jeleniogórskim*, załącznik do uchwały nr XI/67/07 Rady Powiatu Jeleniogórskiego z dnia 21 września 2007, s. 5-6.

dania związane z turystyką, kulturą fizyczną i sportem. Coraz częściej są to środki stanowiące wkład własny w realizację projektów współfinansowanych ze środków UE. Są to projekty związane z budową obiektów i urządzeń sportowych, rekreacyjnych, organizacją imprez służących promocji tego regionu. Nie zmienia to faktu, że środki przeznaczone na rozwój turystyki stanowią najczęściej mniej niż 1% udziału w wydatkach gmin powiatu jeleniogórskiego. Bariera finansowa jest zatem bardzo istotnym elementem ograniczającym aktywność promocyjną tych jednostek, a tym samym możliwości oddziaływania samorządu lokalnego na popyt w turystyce.

5. Narzędzia oddziaływania władz lokalnych na sferę podaży w turystyce

Oddziaływanie jednostek samorządu gminnego na sferę podaży w turystyce powinno polegać głównie na wykorzystywaniu instrumentów pośredniego wpływu na podmioty gospodarcze jako potencjalnych inwestorów oraz już funkcjonujące przedsiębiorstwa turystyczne. Podmioty te stanowią kluczowy element w tworzeniu atrakcyjnej oferty turystycznej regionu recepcji. Ocena oddziaływania władz samorządowych w tej sferze rynku turystycznego powinna polegać na odpowiedzi na pytanie, czy stosowane narzędzia zarządzania przyczyniają się do:

- lepszego wykorzystania przestrzeni obszaru recepcji przez turystów i potencjalnych inwestorów,

Tabela 3. Stawki podatku od nieruchomości w gminach powiatu jeleniogórskiego w latach 2006-2008

Wyszczególnienie	Stawki podatku od nieruchomości (w zł za 1m ² pow.)					
	od budynków lub ich części związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej			od gruntów związanych z prowadzoną działalnością gospodarczą		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Mysłakowice	17,30	17,30	18	0,66	0,66	0,68
Piechowice	18,43	18,60	19,01	0,68	0,69	0,71
Janowice Wielkie	17,76	17,76	18,65	0,64	0,64	0,67
Stara Kamienica	18,00	18,00	19,01	0,68	0,68	0,71
Kowary	17,80	17,80	18,31	0,68	0,68	0,71
Podgórzyn	17,31	17,31	17,60	0,62	0,62	0,71
Szklarska Poręba	17,98	18,14	18,60	0,68	0,69	0,71
Karpacz	17,61	18,02	18,43	0,64	0,66	0,69
Jeżów Sudecki	18,43	18,60	19,01	0,68	0,69	0,71

Źródło: opracowano na podstawie [Jordan 2010, s. 130-131].

- rozszerzenia oferty obszaru dzięki powstawaniu obiektów i urządzeń infrastruktury turystycznej (np. nowych obiektów noclegowych, placówek gastronomicznych, obiektów i urządzeń sportowych i rekreacyjnych, nowych atrakcji turystycznych itp.),
- podnoszenia standardu obiektów zaplecza materialnego turystyki i jakości świadczonych usług.

Wśród narzędzi pośredniego oddziaływania wpływających na sferę podaży w turystyce można wymienić przede wszystkim podatki lokalne. Władze lokalne (gminne), ustalając stawki podatku od nieruchomości, mogą stymulować (zachęcać lub zniechęcać) przedsiębiorców do inwestowania na obszarze danej gminy.

Porównanie stawek tego podatku z górnymi stawkami podatku obowiązującymi w poszczególnych latach (zgodnie ze stosownym obwieszczeniem ministra finansów w sprawie wysokości górnych granic stawek kwotowych w podatkach i opłatach lokalnych) dowodzi, że najczęściej władze jednostek samorządowych (gmin) ustalały je na poziomie równym maksymalnemu. Instrument ten nie był zatem czynnikiem zwiększającym atrakcyjność inwestycyjną gmin tego powiatu. Zdecydowanie korzystniej oddziaływały na potencjalnych inwestorów zwolnienia i ulgi w tym podatku dla osób zainteresowanych wykorzystaniem budynków do działalności w zakresie agroturystyki (w gminie Mysłakowice). Zachęcaniu potencjalnych inwestorów do realizacji nowych inwestycji, polegających na budowie obiektów i urządzeń sportowych (np. hal sportowych, kompleksów rekreacyjno-sportowych, wyciągów narciarskich, nartostrad, torów do uprawiania sportów letnich i zimowych, basenów krytych i otwartych z podgrzewaną wodą, kortów tenisowych, schronisk górskich), mają natomiast służyć zwolnienia od podatku od nieruchomości. Zwolnienia takie obowiązują przez trzy lata i wprowadzone zostały w gminach: Janowice Wielkie, Kowary, Podgórzyn, Szklarska Poręba i Karpacz³. Dzięki takim decyzjom w gminach tych zrealizowano lub realizuje się wiele inwestycji, które wzbogacają ofertę usług turystycznych (np. nowy wyciąg krzesełkowy, park liniowy, całoroczny tor saneczkowy w Szklarskiej Porębie, Kompleks Sandra SPA i Centrum Kongresowe Gołębiowski w Karpaczu).

W niewielkim zakresie gminy powiatu jeleniogórskiego korzystają natomiast z takich instrumentów, jak poręczenia kredytowe i obligacje komunalne. Poręczenie kredytowe zastosowały gminy Mysłakowice, Kowary, Podgórzyn i Szklarska Poręba dla Związku Gmin Karkonoskich (w związku z realizacją inwestycji w infrastrukturę techniczną). Nie dotyczyły zatem realizacji projektów wzbogacających podaż usług turystycznych w regionie.

³ Wartość brutto tej pomocy dla jednego przedsiębiorcy, łącznie z wartością innej pomocy *de minimis*, uzyskanej przez niego w ciągu trzech ostatnich lat podatkowych, nie może przekroczyć równowartości 200 tys. euro.

6. Podsumowanie

Oceniając aktywność władz samorządowych w zakresie ich oddziaływania na rynek turystyczny (sferę popytu i podaży), wykorzystano wyniki badań ankietowych dotyczących tej problematyki, którymi objęto mieszkańców i turystów odwiedzających gminy tego powiatu⁴.

Mieszkańców powiatu poproszono m.in. o ocenę działalności promocyjnej prowadzonej przez poszczególne gminy. Respondenci wysoko ocenili aktywność promocyjną w trzech gminach (Karpacz, Podgórzyn i Szklarska Poręba), zdecydowanie gorzej w pozostałych gminach powiatu (najgorzej w gminie Jeżów Sudecki). Bardzo pozytywnie oceniono działania promocyjne podejmowane przez Starostwo Powiatu Jeleniogórskiego (70% respondentów sformułowało taką opinię). Z drugiej strony ponad połowa respondentów wyraziła pogląd, iż działania podejmowane na rzecz dalszego rozwoju turystyki w poszczególnych gminach są zaledwie dostateczne, chociaż wyższe oceny pod tym względem uzyskały działania w gminach Karpacz, Podgórzyn i Szklarska Poręba.

O ocenę działań promocyjnych poproszono także turystów odwiedzających ten region. Prawie 3/4 respondentów dobrze ocenia aktywność promocyjną poszczególnych gmin, a w przypadku takich gmin, jak: Karpacz i Szklarska Poręba, odsetek ten przekracza nawet 90%. Gorzej wygląda ocena działań podejmowanych przez władze samorządowe na rzecz rozwoju turystyki, w tym zaplecza materialnego turystyki. Na poziomie przeciętnym aktywność oceniło prawie 50% respondentów w gminach: Mysłakowice, Piechowice, Kowary i Podgórzyn. Zdecydowanie lepiej na tle tych gmin wypadły gminy Karpacz (60% respondentów oceniło dobrze) i Szklarska Poręba (57%).

Przedstawione w opracowaniu informacje, a także wyniki badań, skłaniają do sformułowania kilku wniosków, które korespondują ze sformułowaniem we wstępie celem badawczym. Nie ulega wątpliwości, iż zakres i sposób oddziaływania władz samorządowych na rozwój turystyki i sektora turystycznego uzależniony jest m.in. od natężenia funkcji turystycznej w badanych gminach. Do gmin o wysokim natężeniu tej funkcji należą w powiecie jeleniogórskim: Karpacz, Podgórzyn i Szklarska Poręba. Stąd też największa aktywność władz lokalnych tych gmin w sferze oddziaływania na popyt (przez działalność promocyjną), a także wykorzystanie narzędzi pośredniego oddziaływania na podmioty podaży turystycznej (przez stosowanie zwolnień z podatku od nieruchomości).

Stosowanie przez te gminy narzędzi wydatkowych (m.in. finansowanie ze środków budżetowych inwestycji w infrastrukturę techniczną) zachęca przedsiębiorców do podejmowania i rozszerzania działalności gospodarczej. Potwierdzają to zreali-

⁴ Podstawą oceny aktywności władz samorządowych powiatu były przeprowadzone w lipcu 2009 r. badania ankietowe, w których udział wzięło 320 mieszkańców gmin powiatu jeleniogórskiego i 320 turystów.

zowane lub obecnie realizowane inwestycje w obiekty i urządzenia zaplecza materialnego turystyki (m.in. nowe obiekty hotelarskie, centrum kongresowe, obiekty sportowo-rekreacyjne).

Pobudzaniu aktywności sektora turystycznego i ukierunkowaniu jego rozwoju sprzyja posiadanie przez gminy i sam powiat jeleniogórski strategii rozwoju zrównoważonego oraz realizacja zawartych w nich zapisów (zadań). Wydaje się także, iż w najbardziej atrakcyjnych gminach powiatu (szczególnie w Karpaczu i Szklarskiej Porębie) o lokalizacji nowych inwestycji decydują nie tylko wykorzystywane narzędzia zarządzania, lecz także ich wizerunek, konsekwentnie kształtowany przez władze lokalne przy współpracy z przedstawicielami branży turystycznej.

Literatura

- Brol R., *Zarządzanie rozwojem lokalnym – studium przypadków*, AE, Wrocław 1998.
- Gołembski G., *Ocena oddziaływania samorządu na rozwój funkcji turystycznej dużego miasta*, [w:] *Konkurencyjność miast i regionów na globalnym rynku turystycznym*, red. J. Sala, PWE, Warszawa 2010.
- Jordan A., *Polityka turystyczna w działalności jednostek samorządu terytorialnego powiatu jeleniogórskiego*, UE, Wrocław 2010 (maszynopis).
- Rapacz A., *Aktywność jednostek samorządu lokalnego na rzecz wspierania przedsiębiorczości firm turystycznych*, [w:] *Turystyka w ujęciu podmiotowym i przestrzennym. Człowiek. Przestrzeń – Przedsiębiorstwo*, red. G. Gołembski, AE, Poznań 2006.
- Województwo dolnośląskie. Podregiony. Powiaty. Gminy*. 2007, 2008, 2009, Urząd Statystyczny we Wrocławiu, Wrocław 2007, 2008, 2009.

THE INFLUENCE OF LOCAL AUTHORITY UNITS ON TOURISM DEVELOPMENT IN JELENIOGÓRSKI DISTRICT

Summary: The stimulation of tourism sector development at the local level is a complex task. It consists in influencing tourism market, both its demand and supply. For this purpose these management tools are used which refer to planning, organization, institutional, economic and financial instruments, as well as the instruments for infrastructure development enhancement. The study takes up an attempt to present the most important management tools and also their implementation evaluation in exerting influence by local authorities on shaping supply and demand in tourism.